

ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン

(京都市消費者教育推進計画) (案)

～未来へつなごう 自然と調和し ころもゆたかな京都の暮らし～



平成27年3月



京都市

ともに考え・学び・行動する 消費生活プランの策定にあたって
(京都市消費者教育推進計画)
～未来へつなごう 自然と調和し ころゆたかな京都の暮らし～

京都市長
門川 大作



長い時をかけて“ほんまもん”のものづくりやおもてなしの文化が育まれてきた京都のまちでは、それらを受ける側、すなわち消費者の側も、品物やサービスの価値を鋭く見切る目利きの力を養ってきました。同時に、いたずらに資源を消費するのではなく、周囲の自然と調和した生活を実践する暮らしの美学を磨いてきました。そうした、いわば消費生活における伝統が、“京もの”の高い品質を支え、ひいては京都の持続可能な発展を支える大きな役割を果たしてきたのだと私は思います。

近年、経済のグローバル化や高度情報化社会の進展など社会情勢の変化に伴い、消費者被害・消費者事故がより大きな課題になっています。また、地球温暖化や異常気象をはじめ地球環境問題も深刻化しています。このような中、京都ならではの暮らし方を私たち一人一人が改めて見つめ直し、実践し、未来へと伝えることの意義は大変大きいと存じます。そんな確信の下、この「ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン(京都市消費者教育推進計画)」を策定しました。

自らの生活のことはもちろん、周りの人々や次世代の人々のこと、さらには消費行動が経済・環境にもたらす影響にまで思いを馳せながら、より良い社会づくりへの関心を深め積極的にかかわっていく。そして、自然と調和したころ豊かな京都の暮らしを未来へとつないでいく。その思いを、私自身一人の消費者としても多くの市民の皆様と共有しながら、今後本プランに基づく取組を全力で進めてまいります。御支援、御協力をお願いいたします。

最後になりましたが、本計画の策定に多大の御尽力をいただきました京都市消費生活審議会委員の皆様、貴重な御意見をお寄せくださいました市民の皆様、全ての関係者の皆様に心から御礼申し上げます。

平成27年3月

目 次

第1章 推進計画の基本的な考え方（はじめに）	3
1 策定の背景	3
(1) 社会情勢の変化	3
(2) 行政の動向	4
2 基本的な視点	6
(1) 計画が期待する消費者像	6
(2) 本市が目指す消費者教育	7
(3) 計画のポイント	8
3 計画の位置付け	9
4 計画期間	9
第2章 持続可能な未来につなぐより良い京都づくりを目指す取組 ～京都市の特徴をいかした消費生活に関するさまざまな取組～	11
1 環境に関するもの	12
2 安心・安全に関するもの	14
3 食に関するもの	16
4 すまいに関するもの	19
5 歩くまち・京都に関するもの	20
6 教育に関するもの	22
第3章 消費者教育を取り巻く現状と課題	23
1 本市の消費生活相談の現状	24
(1) 相談件数から見る消費者としての意識の高まり	24
(2) 年齢別相談件数について	25
(3) 商品・役務別相談件数内訳について	27
2 課題	29
第4章 とともに考え・学び・行動する消費者教育	30
1 幼児期から始めるライフステージ（年齢階層）に応じた 体系的な消費者教育	31
(1) 幼児期	31
(2) 小学生期	34
(3) 中学生期・高校生期	38
(4) 成人期（大学生・専門学校生）	41
(5) 成人期（一般）	43
(6) 成人期（高齢者）	45
2 消費者教育の担い手と連携して行う実践的な消費者教育	48
(1) 保護者	48
(2) 教職員	51
(3) 高齢者・幼い子ども・障害のある人等の見守りを行う人々	53
(4) 消費者団体	55
(5) 事業者・事業者団体	57
(6) 行政	60
3 配慮を必要とする人々への消費者教育	62
(1) 障害のある人	62
(2) 外国人	64
第5章 本市の推進体制等について	65

第1章 推進計画の基本的な考え方（はじめに）

1 策定の背景

(1) 社会情勢の変化

ア 社会状況の変化によるサービス等の多様化・複雑化

近年の経済のグローバル化、インターネットの普及等による情報化社会の急速な進展により、商品やサービスが多様化し、私たちの消費生活は大変便利で豊かなものになりました。

しかし、その一方で、携帯電話やインターネット回線のサービス内容等が複雑化したことによる契約トラブルや、大規模な個人情報の漏えい、ワンクリック詐欺、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の乗っ取りなど、新たな問題が次々と発生しており、消費者の誰もがトラブルに巻き込まれるリスクが増大しています。

消費者が便利で豊かに生活し、トラブルに巻き込まれないようにするためには、事業者に丁寧で分かりやすい説明を求めていくだけでなく、消費者自身が利用するサービス等について積極的に学んだり、分からないことはきちんと確認するなど、適切な判断をするために行動していくことが求められています。

イ 環境問題の深刻化

近年、地球温暖化や異常気象など、環境問題が深刻化していますが、これは、産業活動だけでなく、私たちの日々の消費活動がもたらした結果ともいえます。そのため、私たち消費者には、短期的な利益や利便性、物質的な豊かさを追求するばかりではなく、長期的な視点に立って、自らの消費行動が周りの人々、地域、そして地球環境にも影響を及ぼすことを自覚し、持続可能な社会の形成に向けた公正で合理的な消費行動を行うことが求められています。

ウ 大災害の経験を踏まえた消費者に求められる意識・行動の変化

さらに、東日本大震災での経験を通じて、消費者には、非常事態においても他者への配慮や社会的な影響を考慮して合理的に行動することが、強く求められるようになりました。

(2) 行政の動向

このような社会情勢を背景に、国は平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法（※1：P5 参照）」という。）を施行し、

- ① 消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育
 - ② 消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育
- を進めていくこととしました。

また、平成25年6月には「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）を閣議決定しました。基本方針では、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、さまざまな場で、消費者教育を受けることができる機会を提供することを目指しています。そのため、幅広い担い手を支援・育成し、担い手間の連携や情報共有を進めることによって効果的に消費者教育を推進していくこととしています。

京都府においても、消費者教育推進法の趣旨を踏まえ、消費者団体、事業者団体などの多様な主体と協働・連携し、消費者教育にこれまで以上に積極的に取り組むため、平成26年3月に「京都府消費者教育推進計画」が策定されました。

本市においてはこれまで、消費者被害に遭わない「自立した消費者」の育成や、京都らしさを十分にいかした消費生活モデルを発信するため、「京都市消費生活条例」及び「京都市消費生活基本計画（第2次計画）」に掲げる、「消費生活の安心・安全」、「消費者被害の救済及び防止」、「消費者の自立支援」、「京都から始める未来へつなぐ消費生活」の4つの基本方針に基づき、全庁を挙げてさまざまな施策を進めてきました。

このたび、本市の取組を更に進め、

- 市民が、消費者被害に遭わないだけでなく、自らの消費行動が社会や環境に大きな影響を与えることに気づき、
- 「しまつの文化（※2）」や門掃き・打ち水などの伝統的な生活習慣の伝承など、京都の歴史、文化や地域力をいかした行動を進めることで、
- 京都市が持続可能な未来に向けたより良い社会となるよう、「ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン（京都市消費者教育推進計画）」を策定することとしました。

※2「しまつの文化」：合理的な質素儉約を心がける生活文化

(※1) 消費者教育推進法とは

< 目的（第1条の主な内容） >

この法律は、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とするものです。

< 定義（第2条の主な内容） >

○ 「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいいます。

○ 「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会のことをいいます。

2 基本的な視点

(1) 計画が期待する消費者像

- ① さまざまな機会・出会いを通して得た自らの体験をいかし、日常生活の中でたくましく生きる実践的な能力を育み、消費者力の向上を目指して行動する消費者
- ② 子どもや高齢者など見守りが必要な人に目を向け行動する消費者
- ③ 自分のことだけでなく周りの人々や次世代のこと、社会・経済・環境に影響することまで思いをはせて行動する消費者

国の基本方針では、消費者教育は、「知識を一方向的に与えることなく、日常生活の中での実践的な能力を育み、社会の消費者力の向上を目指して行われるべきものである。」とされています。

つまり、消費者一人ひとりが、さまざまな機会・出会いを通して自ら体験し、消費生活について学ぶことが基本であるといえます。さらに、知識として身につけたことは、自らの消費生活にいかすだけでなく、他人にも伝えていくことが大切です。このようにして社会をたくましく生きていく実践的な能力（生きる力）を育み、自立が困難な人も、ともに生きる社会を形作る仲間として「見守る」ことや「支援する」ことが、社会全体の消費者力の向上につながります。

また、消費者の日々の意思決定や行動が、持続可能な社会を形成するうえで大きな影響を与えることを認識し、消費者市民社会を目指して適切に行動する消費者が求められています。

(2) 本市が目指す消費者教育

- ① 市民が消費生活に関する知識や技能を身につけ、生活にいかすことで、安心・安全で豊かな消費生活を実現します。
- ② 消費者市民社会の実現を目指して、年齢階層や各々のライフスタイル（生活様式）・特性に応じた方法や場で、多様な担い手と連携し、京都らしさをいかした消費者教育を推進します。

「消費者教育」は、悪質商法の手口や対処法を伝えるなど、消費者被害に遭わないようにする「消費者被害の未然防止のための教育」と思われがちです。

しかし、実際は、「消費生活に関する知識や技能を消費者が身につけ、実際の生活にいかすことにより、安心・安全で豊かな消費生活を実現するための教育」であり、より広い意味を持ったものです。

消費者一人ひとりが、自分のことだけでなく、周りの人々や社会・経済・環境、そして次世代の人々にまで影響を与えることに思いをはせて行動し、持続可能な社会の形成に積極的に参加する社会のことを「消費者市民社会」といいます。

消費者市民社会を実現するためには、すべての消費者が年齢や特性に応じて、家庭、学校、地域、職域その他の場でそれぞれに適した方法により知識や技能を身につけ、それを実際の生活にいかすことにより、安心・安全で豊かな消費生活を実現するための活動をしていくことが大切です。そのためには、社会、経済、環境など、幅広い分野でこれらの活動を支援していくことが重要です。

また、本市の各行政部局においては、消費者の安心・安全や消費者被害の防止だけでなく、消費者市民社会の実現に向けたさまざまな取組を、各々の役割を発揮しつつ、連携を図りながら行っています。

具体的には、悪質商法の手口や対処法などの消費生活情報の提供のほか、ごみ減量その他の環境保全、市民生活の安心・安全、環境負荷の軽減につながる地産地消、伝統産業の振興や食文化・生活文化の伝承、食生活の安全・安心、食育、「歩くまち・京都」など多岐にわたっています。

このような京都らしさをいかし、市民、行政、関係団体等の多様な担い手が一体となって、消費者の自立支援や持続可能な社会づくりのための消費者教育の取組を推進していきます。

(3) 計画のポイント

- ① 一生涯を通じて、身近な場で消費者教育を推進します。
- ② 消費者教育の担い手等と連携を図り、地域の実情に応じた取組を推進します。
- ③ 消費生活における問題点や課題を把握し、状況に応じて必要な取組を進めます。
- ④ 既に行っている環境，安心・安全，食，すまい，歩くまち・京都，教育など京都ならではの特色もいかしたさまざまな活動を消費者教育の視点でとらえ，体系化を進めます。

この計画は、「持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成する」という消費者教育推進法の基本理念の実現を目指しています。

この基本理念では、幼児期から高齢期までの生涯を通じて、身近な場で教育を受ける機会や学び合う機会が提供されるよう、学校、地域、家庭、職域その他のさまざまな場において消費者教育を推進することが求められています。

また、消費者教育の担い手となる人々と連携を図り、地域の実情に応じた取組を推進していくことも必要とされています。

そのため、その時々状況に応じて、消費生活における問題点や課題を把握し、必要な取組を適切に見極めながら、実施していくべきであると考えます。

一方で、既に行っているさまざまな取組を消費者教育の視点で把握し直し、体系化を進めていくことも重要です。

この計画では、期待する消費者像を示し、それを目指すための行政の取組を掲げ、京都市民の消費生活を支える各行政部局において、地域コミュニティや消費者団体、事業者・事業者団体などと連携、協働し、環境，安心・安全，食，すまい，「歩くまち・京都」，教育など特色をいかした京都ならではの消費者教育を推進します。



3 計画の位置付け

本計画は、京都市消費生活基本計画（第2次計画）の、基本方針3「消費者の自立支援」及び基本方針4「京都から始める未来へつなぐ消費生活」の取組をより具体的に推進するための行動計画（下位計画）として、また、消費者教育を実践的に進める軸となる計画として策定するものです。

4 計画期間

平成27（2015）年度から平成31（2019）年度までの5年間とします。

なお、社会情勢の変化や新たな消費者問題の発生により見直すことがあります。また、この期間経過後も、消費者市民社会の実現を目指して、京都らしさをいかした消費者教育を引き続き推進していきます。

ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン

(京都市消費者教育推進計画) (案) の位置付け

はばたけ未来へ！京プラン（京都市基本計画）

平成23（2011）年度～平成32（2020）年度



(分野別計画)

京都市消費生活基本計画（第2次計画）

平成23（2011）年度～平成32（2020）年度

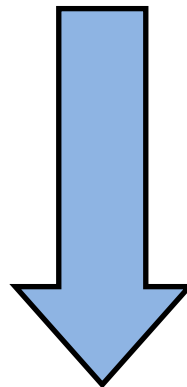
基本方針	施策目標
1 消費生活の安心・安全	1 安全な消費生活環境の確保
	2 商品等を適切に選択できる環境の整備
2 消費者被害の救済及び防止	3 消費者被害の救済
	4 消費者被害の防止
3 消費者の自立支援	5 消費者力の向上
4 京都から始める未来へつなぐ消費生活	6 新たな消費生活モデルの形成 ～京都固有の生活文化の継承と発展～

消費者教育推進法

(平成24年12月施行)

第10条第2項

市町村は、基本方針を踏まえ、その市町村の区域における「市町村消費者教育推進計画」を定めるよう努めなければならない。



基本方針

(平成25年6月閣議決定)

- ・平成25（2013）年度～平成29（2017）年度までの5年間対象
- ・消費者教育の推進の意義及び基本的な方向、推進の内容、関連する他の消費者政策との連携に関する事項を定める。

ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン

(京都市消費者教育推進計画) (案)

- 位置付け
 - ・京都市消費生活基本計画（第2次計画）の、基本方針3及び4の取組を具体的に推進するための行動計画
 - ・消費者教育を実践的に進める軸となる計画
- 計画期間
 - ・平成27（2015）年度から平成31（2019）年度までの5年間とする。

第2章 持続可能な未来につなぐ

より良い京都づくりを目指す取組

～京都市の特徴をいかした消費生活に関するさまざまな取組～

京都は、季節の食材を余すことなく使い切る「もったいない」の精神に基づく「しまつの文化」や、京町家に見られる住み継ぐための住まい方の工夫など、ものを無駄にせず、長く大切に使う精神文化、観光旅行者等などを迎える「おもてなしの心」など、伝統の中で培われたすばらしい文化が息づくまちです。

また、平成9（1997）年12月に地球温暖化防止京都会議（COP3）が開催され、京都議定書が採択されるなど、環境に対する市民の意識が高く、自由で先駆的な気風を持ち、高い自治の精神を備えた活気あふれるまちでもあります。

本市の各行政部局においては、京都市民の消費生活を支えるため、ごみ減量その他の環境保全、市民生活の安心・安全、環境負荷の軽減につながる地産地消、伝統産業の振興や食文化・生活文化の伝承、食生活の安全・安心、食育、「歩くまち・京都」など、各々の役割を発揮して、さまざまな分野で消費者教育に結びつく、持続可能な未来につなぐより良い京都づくりのための取組を行っています。

環境モデル都市、国際文化観光都市に指定されている京都市が、世界文化自由都市として未来に向かって更に発展していくためには、京都らしいくらしの知恵や文化を次世代に引き継ぎ、実践していくことが大切です。

消費者市民社会を京都から実現するために、京都に暮らす消費者として一人ひとりが自覚を持ち、地域コミュニティや消費者団体、事業者・事業者団体、行政などとともに一体となって行動していきましょう。

1 環境に関するもの

それぞれのライフスタイルに合わせて、できるだけ環境への負荷が少ない生活を心がけましょう。

消費生活を営むことは、環境に負荷を与えるという側面があります。消費者市民社会を実現するためには、大量廃棄型社会を見直し、環境にやさしい事業活動、暮らし方への転換を図っていく必要があります。

京都には「もったいない」に代表される「しまつの文化」があり、門掃きや打ち水といった古き良き伝統が今も引き継がれています。このような伝統を踏まえつつ、「DO YOU KYOTO?の推進」など環境に配慮した新たな取組を積極的に進めています。さらに、循環型社会の形成を目指して、リデュース（ごみの発生抑制）・リユース（再使用）の取組の強化や、雑がみ等資源ごみの分別徹底など、ごみ減量の取組も進めています。

一つひとつの小さな取組も、それを積み重ねることによって持続可能な社会の実現につながります。節電を心がける、マイバッグ等を持参する、すぐにごみになるものを買わない、ごみの分別を徹底する、生ごみを出す前に水をしっかり切るなど、一人ひとりが、できることから行動することが大切です。

取組例

○DO YOU KYOTO?の推進

「DO YOU KYOTO?」は、京都議定書誕生の地、京都から世界に向けて発信する、「環境にいいことしていますか?」という意味の合言葉です。

京都議定書が発効した平成17（2005）年2月16日を記念し、毎月16日を「DO YOU KYOTO?デー」（環境に良いことをする日）と定め、公共交通の利用や省エネルギーの取組など、環境にやさしい取組を市民や事業者とともに実践しています。

○DO YOU KYOTO?クレジット制度

京都発の地産地消型の地域クレジット制度「DO YOU KYOTO?クレジット制度」を活用することにより、エコ学区、市民団体や商店街などの地域のコミュニティが主体となった省エネ活動を推進します。

○京都市におけるマイバッグ等の持参促進及びレジ袋の削減に関する協定

循環型社会の構築の観点から、レジ袋の使用を抑制し、マイバッグ等の持参を促進することを目的とした「京都市におけるマイバッグ等の持参促進及びレジ袋の削減に関する協定」を事業者、市民団体、京都市レジ袋有料化推進懇談会と締結し、協定の普及・拡大に関する支援を行い、レジ袋の削減・マイバッグ等の普及に取り組んでいます。

○「生ごみ3キリ運動」の推進

家庭から出るごみの約4割を占める生ごみの減量を進めるため、食材を使い切る「使いキリ」、食べ残しをしない「食べキリ」、ごみとして出す前に水を切る「水キリ」の3つの「キリ」の取組を推進しています。「使いキリ」「食べキリ」の実践で食品ロスをゼロに、また「水キリ」を実践しごみ量を減らすことを目指します。

また、飲食店や宿泊施設が提供する料理について、「生ごみ3キリ運動」の取組等を推進する飲食店等を募集し認定する「食べ残しゼロ推進店舗」認定制度を実施しています。

○「エコ学区」事業

地域活動の中心的役割を担っている学区において、地域ぐるみで環境にやさしいライフスタイルへの転換や温室効果ガスの削減を図る「エコ学区」事業を推進しています。平成27年度中に市内全222学区において「エコ学区」が宣言され、主体的なエコ活動が行われるよう、環境学習会の開催や支援物品の配布などさまざまな支援をしています。

○こどもエコライフチャレンジ推進事業

子どもたちが地球温暖化問題について自ら考え体験するとともに、家族と共に「子ども版環境家計簿」に取り組むことにより、子どもの視点からライフスタイルを見直し、地球温暖化防止につながるエコライフの取組の定着を図る事業として実施しています（対象：小学4年生（一部の小学校では5年生又は6年生））。

○京（みやこ）エコロジーセンター

地球温暖化防止京都会議（COP3）を記念し、環境学習、環境保全活動の拠点として設置された京エコロジーセンターでは、身近なごみ問題から地球温暖化問題まで、さまざまな環境問題に関する学習機会の提供、活動の支援、情報の発信などを行うことにより、幅広い視点から市民等の環境意識を育むとともに、体験しながら学べる展示や、さまざまな環境イベントの実施、地域の環境保全活動を担う人材の育成など、環境にやさしい実践活動の輪を広げるための取組を推進しています。

2 安心・安全に関するもの

家庭や地域でのきずなやつながりをいかし、「世界一安心安全・おもてなしのまち京都」を目指しましょう。

京都には、地域力や人間力をいかして「自分たちのまちは自分たちで守る」という誇りと気概があります。

また、やさしさあふれるおもいやりの心とおもてなしの心で、国内外から京都を訪れる観光旅行者等を迎えてきました。

子どもから高齢者まで、すべての人の、いのちとくらしが守られることや、お互いに支え合いながら、人と人とのつながりを実感できるようにすることは、消費者トラブルを未然に防ぐうえでも大切です。

取組例

○京（みやこ）の安心・安全お役立ちネット

犯罪や事故、自然災害など、日常生活で何かあったときに、市民生活の安心・安全に関わる本市の取組について分かりやすく調べられるように、関係施策を8体系34項目に分類し、ホームページを通じて情報を発信しています。

○世界一安心安全・おもてなしのまち京都 市民ぐるみ推進運動

地域に息づくやさしさあふれるおもいやりの心や、京都を訪れる人を温かく迎えるおもてなしの心、それらを含めた京都ならではの地域力、人間力をいかし、誰もが安心安全に、笑顔で楽しく暮らし、観光できる、やさしさあふれるおもてなしのまちづくりに、市民ぐるみの運動として取り組みます。

○京（みやこ）あんしんこども館

子どもたちの成長や病気など子育ての中で困ったり不安に感じたことを小児医療の専門家が助言したり、子どもたちの死亡原因の上位を占める「不慮の事故」から守るための具体的な情報を紹介するなど、次代を担う子どもたちが心身ともに健やかに育っていくためのより良い環境づくりをサポートしています。

○高齢サポート（地域包括支援センター）

地域で暮らす高齢者を、介護・福祉・健康・医療などさまざまな面から支援するために設置している総合相談窓口です。また、平成24年度以降、1年に1回、市内約

7万人の一人暮らし高齢者への戸別訪問活動を実施しており、潜在的な支援ニーズの把握と個別支援につなげています。

3 食に関するもの

「食」を通じた伝統的な食文化の継承，地元産業の振興や地産地消による環境負荷の軽減など，知識を増やして生活にいかすようにしましょう。

京都の食文化には，観光旅行者等の楽しみの一つでもある懐石料理や京漬物，京菓子など，素材をいかしながら，食の安全・安心にもつながる料理の工夫が数多くあります。また，味，栄養価共に優れた旬野菜や京都で生産された食材を購入したり，安全・安心でおいしい京都の水道水を飲むことにより，生産や流通面における環境への負荷も軽減されます。

京都の食文化を支える食品の安全性を確保することは，「おもてなしの心」で国内外からの観光旅行者等を迎えることにもつながります。

取組例

○京の食文化

京都に伝わるさまざまな無形文化遺産を大切に守り，未来に引き継いでいくため，「“京都をつなぐ無形文化遺産”制度」の第1号として，「京の食文化－大切にしたい心，受け継ぎたい知恵と味」を選定しました。

○京の旬野菜推奨事業

旬の季節のものを食べることは，健康に良く，エネルギー消費の面からも環境に優しい農業につながることから，市内で生産される旬の野菜を供給する体制を整備し，京野菜の伝統を守り，更に発展させていくための事業です。

○すし市場

市民や観光旅行者等も気軽に利用でき，京都中央市場の新鮮なネタを使用したお寿司を味わえる賑わいの施設であり，魚食普及の推進を図っています。

○京の食文化ミュージアム・あじわい館

「京都の四季を五感で味わい，京都の食文化に親しむ！」をコンセプトに，「みる，つくる，あじわう」の3つの機能を持たせた展示資料室，調理実習室，試食室を備えた施設であり，市場の新鮮な食材をいかした料理教室や食文化について学べる講演会などの事業を実施しています。

○食の海援隊・陸援隊

「食」に関心のある市民に食の海援隊・陸援隊の会員になってもらい、「食に関する講演会や交流会」、産地での収穫体験を行う「産地支援活動（海援隊活動・陸援隊活動）」等の事業を実施しています。

○京・食ねっと

「食」を切り口として、健康、食の安全安心、地産地消、環境負荷の軽減など、「食」をテーマとする総合的な情報を発信しています。

○食育指導員の養成及び活動支援

地域に密着した食育推進活動を行うボランティアとして、市内の小学校、保育所（園）、保健センター等で、料理教室等の体験活動や、食文化の継承、食を通じた健康づくり等を行っています。

○食育セミナーの実施

望ましい食習慣を身につけることを目指して、栄養バランスのよい食事の摂り方や、野菜をおいしく食べる工夫、伝統的な京都の食事の紹介などの教室を実施しています。

○食の安全・安心対策の取組

・食の安全・安心情報の提供

食品の放射能検査の結果や自主回収情報、食中毒や食品表示の知識など、正確で迅速な情報の公表に努めています。

・体験！一日食品衛生監視員

市民が自主的に食の安全安心確保に取り組む姿勢を育むことを目的として、食品工場見学会や食品表示講習会等の参加型リスクコミュニケーションを実施しています。

○小学校における食育の取組

・日本料理に学ぶ食育カリキュラム

京料理店の料理人等を講師に招き、子どもたちが「だし」を味わうなど、日本料理を通じて、食に対する興味・関心の向上や、五感を働かせて食することの大切さ、伝統文化の継承等を目指しています。

・小学校出前板さん教室

子どもたちにバランスの取れた健康的な食生活を普及・定着させることを目的に、旬の京野菜や新鮮な魚介類を使って学習する料理教室を実施しています。

・京都青果合同株式会社等との連携による食育授業

小学校においてピーマンやミニトマト等の栽培や仕分け等を通じて、子どもたちが食物を育てる大変さや喜びを感じ、食に対する興味・関心を高めることを目的に実施

しています。

○学校給食における地産地消（知産知消）の推進

地域でつくられた食物を地域で消費するという「地産地消」に加え，その食物の産地を知り，消費のされ方を知るという『知産知消』を進めています。生産者や自然の恵みなどすべてに感謝する心や，長い歴史が育んだ幅広い食文化，食の安全・安心など，子どもたちに食の大切さを伝えています。

○安全・安心な水道水の提供

京都の水道水は，市販のミネラルウォーターとの飲み比べでも一番おいしい水に選ばれているように大変おいしく，また，市販のミネラルウォーターの約1.7倍の70項目の水質検査を実施しているため安心して飲むことができます。

さらに，同じ料金ならミネラルウォーター1リットルに対し400リットルも買えるなど値段もはるかに安いうえに，ペットボトルを製造し運送するためのエネルギーを省くことができるため，環境にもやさしい水です。

そうした水道水のおいしさやクオリティの高さをPRするため，水道水で作ったアイスコーヒー等を提供する「京（みやこ）の水カフェ」や，水道水とミネラルウォーターを飲み比べる「京（みやこ）の水・利き水大作戦」を開催するとともに，市民しんぶん，市バス・地下鉄広告，リーフレット，ホームページなどを通じた広報活動を展開しています。

4 すまいに関するもの

すまいを通して自然との付き合い方を見つめ直し、環境にやさしい暮らしを実現しましょう。

京都の気候、風土、文化に根差した伝統的な京町家には、夏の暑さや冬の寒さをしのぐためのさまざまな工夫が施されています。また、代々住み継いでいくためのすまい方の知恵もあります。

長く大切に使い続ける京都らしい暮らし方の文化を次の世代に引き継ぐことは、持続可能な京都づくりを実現することにもつながります。

取組例

○平成の京町家

京都の木造文化ひいては生活文化を象徴する京町家の伝統と知恵を受け継ぎながら、先端の環境技術を融合させた新しい京都の住宅モデル「平成の京町家」の普及・促進を図っています。

○空き家対策

空き家を「地域のまちづくりの資源」ととらえ、空き家の活用・流通の促進、適正な管理の推進などに、地域・事業者・行政等が連携して取り組むことにより、安心・安全の確保、まちの活力の維持・発展を図り、すまいやまちの文化を次の世代に引き継いでいきます。

○すまいスクール

すまい方及び暮らし方に関する知識を広め、良好な居住環境づくりを目指して、すまいについて身近なことを楽しく学ぶミニ講座や、すまいや暮らしの伝統を伝える体験講座などを実施しています。

○耐震対策

地震から市民の命と財産、そして京都のまちを守るためには、住宅・建築物の耐震化を進めることが重要です。耐震診断から耐震改修までを一元的に支援する相談窓口の設置、すまいの耐震化に関する専門家の紹介や助成制度など、耐震化を支援するさまざまな事業を行っています。

5 歩くまち・京都に関するもの

健康で、人と環境にやさしく、まちの活力にもつながる、クルマに頼りすぎない歩くことを中心としたくらしを大切にしましょう。

京都は、クルマではなく「歩く」ことで、趣あるまち並みや自然景観、歴史的史跡の魅力を感じられるまちです。

また、「歩く」ことを中心としたくらしは、健康で人と地球環境にやさしく、持続可能な未来を目指す京都のまちにとっても望ましいものです。

このため本市では、平成22年に「歩くまち・京都」憲章を制定し、クルマを重視したまちとくらしを「歩く」ことを中心としたまちとくらしに転換し、人と公共交通優先の「歩くまち・京都」の取組を進めています。具体的には、①鉄道やバスを便利にして公共交通を使いやすくするための取組、②歩く魅力を最大限に味わせるためのまちづくり、③過度にクルマに頼りすぎることなく歩いて楽しいくらしを大切にするライフスタイルの3つを柱とした取組を推進しています。

市民や事業者とともに取組を進め、移動手段における「自動車」の割合を28%（平成22年）から20%以下にする、脱「クルマ中心」社会を目指しています。

取組例

○歩いて楽しいまちなか戦略（四条通の歩道拡幅工事）

市内最大の繁華街である四条通では、烏丸通から川端通までの車道を4車線から2車線に削減し、歩道を最大2倍に拡幅して快適な歩行空間とし、更なる賑わいを創出するまちづくりを進めています。また、バス停を4箇所に集約して分かりやすくし、複数のバスが停車できるテラス型バス停（歩道から張り出した形状）とすることで公共交通を使いやすくします。

○京都駅南口駅前広場の再整備

南北自由通路と直結する駅正面に大屋根を備えた拠点広場デッキ、エスカレーター等を新設し、路線バス乗り場まで雨に濡れることなく直接アクセスできるように改良するなど、「歩くまち・京都」の玄関口として再整備を進めています。

○鉄道・バス事業者と連携した公共交通の利便性向上の取組

世界トップレベルの使いやすい公共交通を目指して、交通事業者と連携し、鉄道とバスの結節強化や乗継利便性の更なる向上等に取り組んでいます。例えば、洛西地域では、阪急桂駅の鉄道時刻に合わせたパターンダイヤ（10分間隔のダイヤ）でのバスの運行、各社局別々だった案内表示やバス停の一体化を行いました。

○市バス・地下鉄の利用促進の取組

市バスにおいては、バスの駅をはじめとする快適なバス待ち環境の向上や、より便利で分かりやすい路線・ダイヤの見直し、検討を行うことで利便性の向上を推進しており、地下鉄においては、駅の案内サインの充実、駅や車内の通信環境の整備など、お客様サービスの向上に努めています。

さらに、アイドリングストップバスなどの低公害車を導入することにより、環境にやさしい市バスを目指しています。

○地域と連携した「モビリティ・マネジメント」※

地域住民やバス・鉄道事業者、大学等と本市が連携して、モビリティ・マネジメントに取り組んでいます。例えば、右京区南太秦地域では、住民主体で市バス利用を呼びかけようとマップや時刻表を作って全戸配布するとともに、利用実態アンケート調査を実施することでバス利用者が増えたことから、ダイヤ改正で増便や最終バスの発車時刻の繰り下げを行いました。公共交通の利用促進の取組を進めることで多くの利用につながり、地域住民の公共交通を大切にする意識に交通事業者が更なる利便性向上で応える好循環が生まれています。

※「かしこくクルマを使うこと」を呼びかけ、過度にクルマに頼る状態から公共交通を利用するライフスタイルに自発的に転換することを促す取組

○歩くまち京都アプリ「バス・鉄道の達人」

バスと鉄道を組み合わせて効率的に移動できる乗換検索が可能な無料アプリを開発し、誰もが歩いて出かけたくなる環境を整えています。全国初の機能として、GPSによりその日の道路状況を加味した市バス等の到着時刻を予測して表示します。

○パークアンドライド

京都市内への自動車流入を抑制するため、市周辺部等にある鉄道駅近くの駐車場にクルマを置いて、公共交通に乗り換えて目的地まで移動することができる「パークアンドライド駐車場」として、通年で京都市内外に5000台分を超える駐車場を確保しています。

6 教育に関するもの

生涯を通していろいろなことに興味を持ち、身につけた知識をいかして、より良い京都づくりに向けて行動しましょう。

京都ならではの伝統文化体験や環境教育、食育、生き方探究教育など、子どもの頃からさまざまな学びや体験をすることは、自立した消費者を育むことにつながります。

また、「大学のまち京都」の特性をいかし、生涯を通して誰にでも多様な学びの機会が提供され、その成果が社会に還元されるよう行動することが大切です。

取組例

○京（みやこ）カレッジ

個性あふれる大学が集積する「大学のまち京都」の大学講義のほか、公開講座、シンポジウム、フィールドワークを交えた京都をより深く学べるコースなど、行政や産業界との連携や大学の特色をいかした公開講座を受講することができます。

○みやこ子ども土曜塾

「大人みんなが先生に」を合言葉に、また「まち全体を学びと育ちの場に」を目標に、土曜日をはじめ学校休業日に京都ならではの多様な学習資源をいかしたさまざまな学びの場を提供し、子どもたちを育んでいく、市民ぐるみの取組です。

○生き方探究教育（スチューデントシティ・ファイナンスパーク）

学校での学びを社会での知恵としていかす体験学習を通して、自らの生き方を探求するとともに、働くことの意味や社会とのつながりを理解し、社会的・職業的自立のために必要な能力を育みます。

○京（みやこ）まなびネット（生涯学習情報の提供）

生涯学習関係団体等が主催する各種講座やイベント、生涯学習施設などの生涯学習情報を集約し、インターネットにより発信するなど、市民の生涯学習を支援しています。

第3章 消費者教育を取り巻く現状と課題

ここまでは、計画策定の背景や期待する消費者像など、この計画の基本的な考え方を示し、「持続可能な未来につなぐより良い京都づくり」に関するさまざまな取組や実践することの大切さについて、具体的な取組例も含めて紹介してきました。

この章では、消費者教育を取り巻く具体的な現状と課題を、本市の消費生活相談の状況から見ていきます。

近年の高度情報化社会の進展は、消費生活を便利なものにする一方で、消費生活の安心・安全という視点からみると、消費者がトラブルに遭うリスクを増大させる要因の1つになっています。

インターネットやスマートフォンなどの普及に伴い、通信サービスやインターネットによる通信販売等に関するトラブルが各年齢階層に見られるようになっていきます。

また、オンラインゲームで小学生が保護者のクレジットカードを無断で使用して高額な請求をされる事例など、トラブルが低年齢化する傾向にあります。

さらに、高齢化進行に伴い、判断力が低下したり、「お金」、「健康」、「孤独」という不安を抱えている高齢者を狙った健康食品の送りつけ商法や利殖商法などの悪質商法が、次々と手口を変えて発生しています。

その他にも、個人情報の漏えいや、食材偽装など消費者の安心・安全が脅かされるような事件等がさまざまな分野で発生しています。

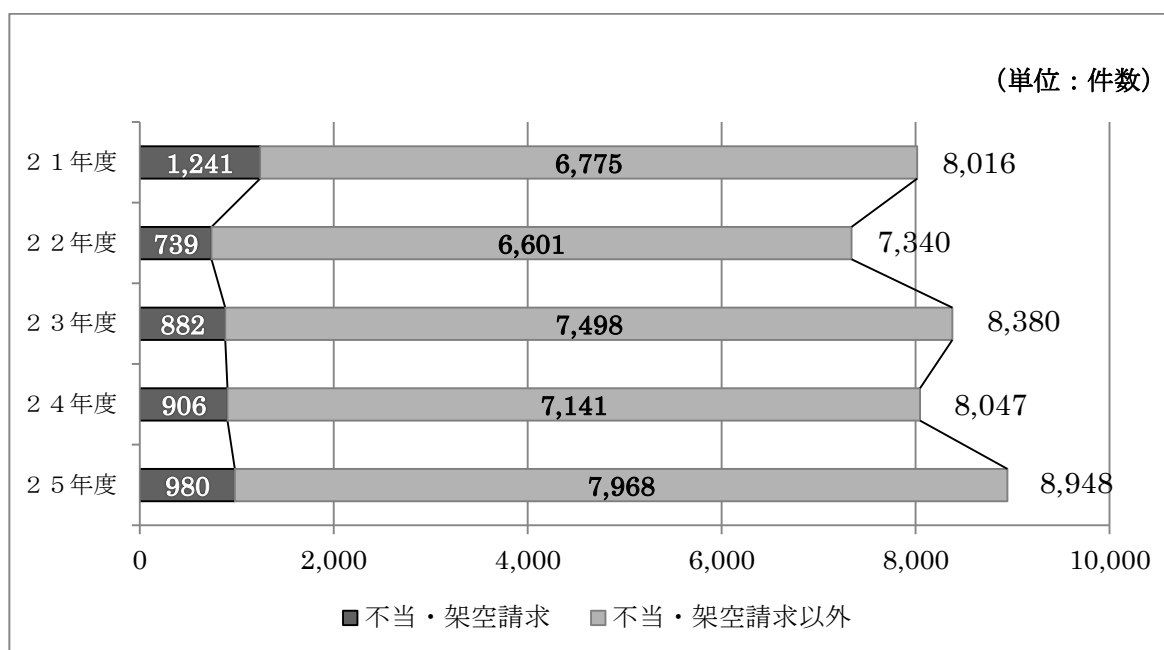
1 本市の消費生活相談の現状

(1) 相談件数から見る消費者としての意識の高まり

平成25年度に京都市消費生活総合センターに寄せられた消費生活相談の件数は8,948件であり、【図1】のとおり、過去5年間の相談件数は、概ね増加基調で推移しています。

このような相談件数の増加の背景としては、単に消費者トラブルの件数が増えているからということだけでなく、この5年間で、消費者に向けた啓発等の取組により消費者の意識が高まって相談の掘り起こしが図られたことも原因の1つと考えられます。

【図1】 消費生活相談の年度別総件数の推移



(2) 年齢別相談件数について

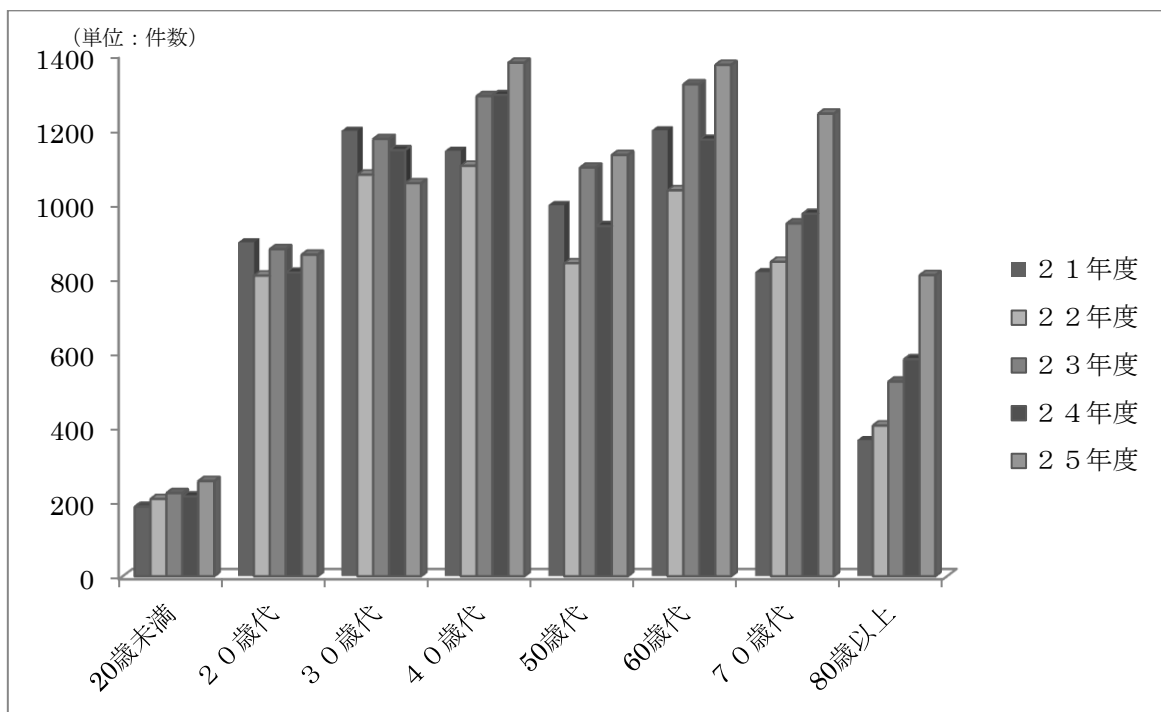
相談者（契約当事者）の年齢別相談件数は、【表 1】及び【図 2】からも分かるように、ほぼ全世代で増加する傾向にあります。平成 21 年度と平成 25 年度を比較すると、特に 70 歳代以上では増加の割合が高く、70 歳代では 1.52 倍、80 歳以上では 2.21 倍となっています。

【表 1】 相談者（契約当事者）の年齢別相談件数及び構成比

（上段単位：件数）

	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	対 21 年度比
20 歳未満	186	207	223	214	255	1.37
20 歳代	896	807	878	815	863	0.96
30 歳代	1,196	1,078	1,174	1,144	1,055	0.88
40 歳代	1,142	1,102	1,289	1,292	1,379	1.21
50 歳代	996	840	1,097	940	1,131	1.13
60 歳代	1,197	1,036	1,321	1,172	1,373	1.14
70 歳代	816	844	947	973	1,242	1.52
80 歳以上	365	404	522	582	808	2.21
不 明	1,222	1,022	929	915	842	0.69
合 計	8,016	7,340	8,380	8,047	8,948	1.12

【図 2】 相談者（契約当事者）の年齢別相談件数の推移



さらに、年齢別相談件数構成比と年齢別推計人口構成比を比べてみても、【表 2】及び【図 3】から分かるとおり、特に 70 歳代以上からの相談の割合が高くなっており、高齢者に対する消費者トラブル防止のための対応は、今後もますます重要になってくるものと考えられます。

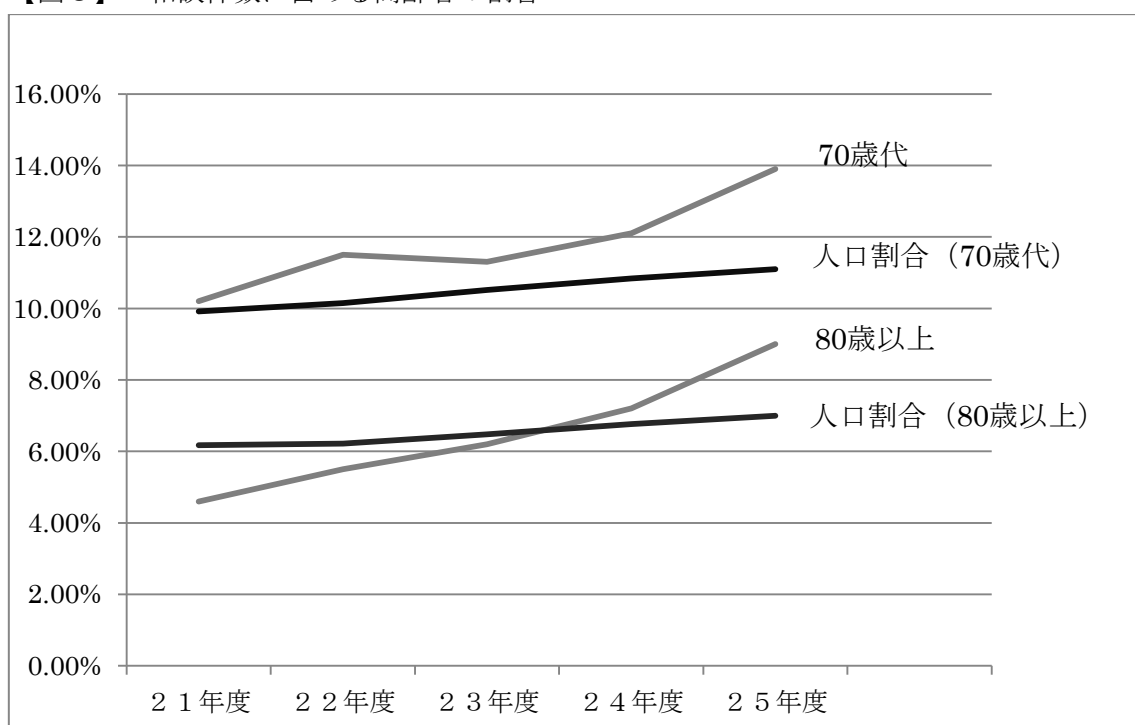
【表 2】相談者（契約当事者）の年齢別相談件数の構成比

（単位：％）

	20 歳未満	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳代	80 歳以上	不明	合計
年齢別相談件数構成比	2.9	9.7	11.8	15.4	12.6	15.3	13.9	9.0	9.4	100%
年齢別推計人口構成比	16.8	12.8	13.1	14.2	11.0	14.0	11.1	7.0	—	100%

※年齢別推計人口構成比は、平成 25 年 10 月 1 日現在

【図 3】 相談件数に占める高齢者の割合

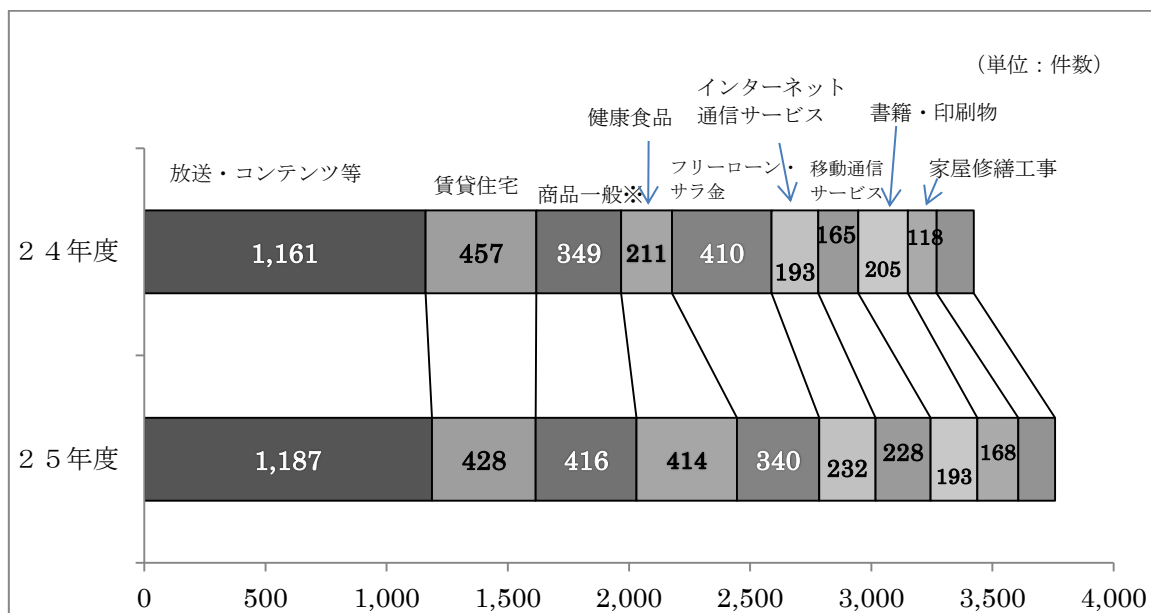


(3) 商品・役務別相談件数内訳について

【図４】の商品・役務別相談件数内訳を見ると、放送・コンテンツ等に関する相談が最も多くなっています。これはインターネットのアダルト情報サイトなどのいわゆる「ワンクリック請求」による相談が代表的なものとしてあげられます。

また、健康食品、商品一般、移動通信サービス及び家屋修繕工事に関する相談など、さまざまな分類で増加がみられることから、消費生活に関する幅広い知識が必要とされていることがうかがえます。

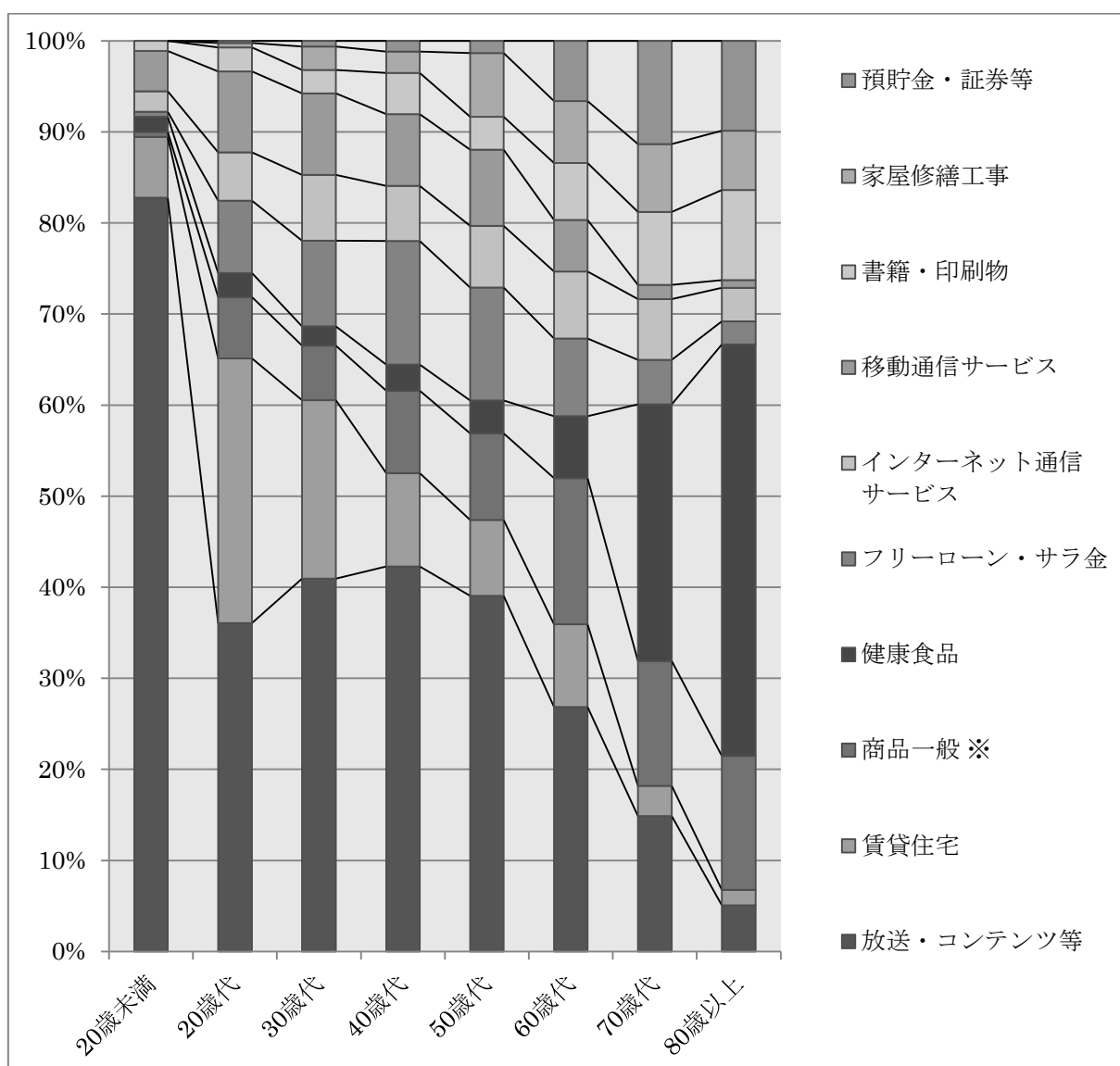
【図４】 商品・役務別相談件数内訳（相談件数上位の内容）



※訪問購入、メール・はがきによる架空請求及びネット通販の商品未着等を含む。

【図 5】の相談件数に占める商品・役務別の件数割合を年齢別に見ると、20歳未満ではインターネット関連の放送・コンテンツ等の相談が8割以上を占めています。また、大学入学や就職などを機に一人暮らしを始める20歳代では賃貸住宅に関する相談が多くなっています。さらに、「お金」、「健康」、「孤独」という不安を狙われやすい70歳代以上の高齢者では、預貯金・証券等や健康食品の占める割合が多いなど、各年齢階層で分類ごとの相談件数の割合に違いが見られます。

【図 5】相談者（契約当事者）の年齢別相談件数に占める商品・役務別件数割合（平成25年度）



※訪問購入、メール・はがきによる架空請求及びネット通販の商品未着等を含む。

2 課題

- ① 必要度の高い消費生活情報を，必要度の高い年齢階層に，重点的に提供できるような取組が必要です。
- ② 特に，消費者被害を未然に防ぐため，インターネット・スマートフォン等に関する正しい知識と危険性等の情報を提供する必要があります。
- ③ 消費生活に必要な幅広い情報を提供する必要があります。
- ④ 情報を周りの人々に伝え，市民全体に広げるための仕掛けづくりが必要です。

消費者としての意識が高まる中で，必要度の高い消費生活情報を，必要度の高い年齢階層に対して重点的に提供できるような仕組みを構築し，より積極的に消費者教育を進めていく必要があります。例えば，消費者被害に遭いやすい高齢者や高齢者の見守り活動を行う人々に対して，被害の発生・拡大を未然に防ぐための取組を広げていく必要があります。

特に，インターネットやスマートフォン等の普及に伴い，放送・コンテンツ等，インターネット通販に関する相談が増加していることから，インターネットによる消費者被害を未然に防げるよう，また，学齢期から高齢者までのすべての階層で正しい知識を身につけ，危険性等の情報が得られるよう，啓発を強化する必要があります。

これらのことを効果的に行うためにも，消費生活で必要と考えられる情報を幅広い分野で提供できるようにするとともに，その内容を周りの人々にも伝えてもらうための仕掛けづくりなど，市民全体に広げていくための取組が必要です。

第4章 とともに考え・学び・行動する消費者教育

本市では、市民一人ひとりが消費生活に関する知識や技能を身につけ、生活にいかすことで、安心・安全でこころゆたかな消費生活を実現することを目指しています。

そのためには、その時々状況に応じて、消費生活における問題点や課題を把握し、それを改善するために必要な取組を行うようにしなければなりません。

一方で、消費者としての日々の意思決定や行動が、安心・安全で豊かな消費生活の実現や、持続可能な社会を形成するうえで大きな影響を与えることから、市民一人ひとりが消費者としての自覚を持ち、自ら考え、学び、行動することが求められています。

こうしたことから、今後も、

- ① 幼児期から高齢期までの生涯を通じて、身近な場で教育を受ける機会や学び合う機会が提供されるよう、学校、地域、家庭、職域その他のさまざまな場において体系的に進める消費者教育
 - ② 消費者教育の担い手となる人々との連携を図りながら、地域の実情に応じて、実践的に進める消費者教育
 - ③ 障害のある人など、配慮を必要とする人々への消費者教育
- などにより、京都らしさをいかし、とともに考え、学び、行動するための消費者教育を推進していきます。

1 幼児期から始めるライフステージ（年齢階層） に応じた体系的な消費者教育

消費者の自立を支援し、持続可能な社会づくりを目指すためには、幼児期から高齢期までのそれぞれのライフステージ（年齢階層）やその時代に応じて、生活の管理と契約、環境、安全、食、社会経済などの消費生活に関する幅広い知識・技能が必要となります。

こうした知識・技能を身につけるための取組を、幼児期から、さまざまな場において始められるよう、更に体系的に推進します。

(1) 幼児期

ア ポイント

- ① 身近な人の行動に大きな影響を受けます。
- ② 遊びを中心とした生活の中で、さまざまな気づきの体験を通じて、家族や身の周りの物事に関心を持つようになります。
- ③ 遊具や家庭用品など、身の周りにある物で思わぬけがをする事例があります。

イ 取組方針

- ① 子どもと保護者が一緒に消費生活について楽しく学べる取組を行います。
- ② 「育てる側」に必要な情報提供、特に子どもの不慮の事故防止のための注意喚起を迅速に行います。

幼児期では、身の周りで起こる生活上の体験が学びの大きなウエイトを占めます。

この時期に、「約束を守る」など基本的な生活の規則やルールなどをしっかりと身につけたり、「くらしの中の危ないこと」や「協力の大切さ」に気づいたりすることが、将来、消費者としての素地の形成に大きな影響を与えと考えられます。

このため、幼児の身近にいる保護者や幼稚園・保育所（園）の先生などの大人が、まずは生活の手本を示すことが大切です。つまり、幼児本人はもとより、保護者や先生など「育てる側」にどのように働きかけるかが重要になります。

また、幼児期の段階から子どもと保護者が一緒に学ぶことにより、子どもだけでなく保護者の学びにつながることもあります。

ウ 取組例

○年長児向け大型絵本の利用促進

物やお金を大切にすることを幼児が楽しみながら学べるよう、市内の全幼稚園・保育所（園）に配布しています。

また、子どもが学んできたことを家庭で実践するためのワークブックを作成し、保護者にも一緒に考えてもらえるように工夫しています。

今後は、絵本のキャラクターに親しみを感じてもらえるよう、キャラクターを使用した啓発も実施していきます。



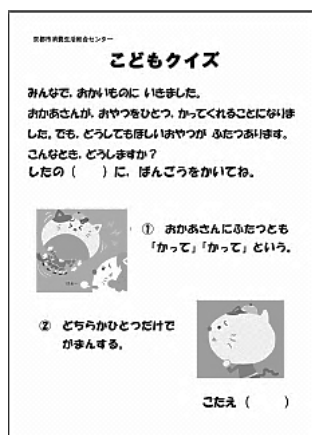
絵本



ワークブックを使えば、家庭でやってみることもできます！

○区民ふれあいまつり等への消費者啓発ブースの出展

子どもと保護者が一緒に興味をもって楽しく取り組めるクイズなどで、お金やきまりごと、安全などに関する学びの機会を、今後も提供していきます。



まずは子どもと保護者が一緒に考えるきっかけづくりから。

○子どもの事故防止マニュアル等の配布

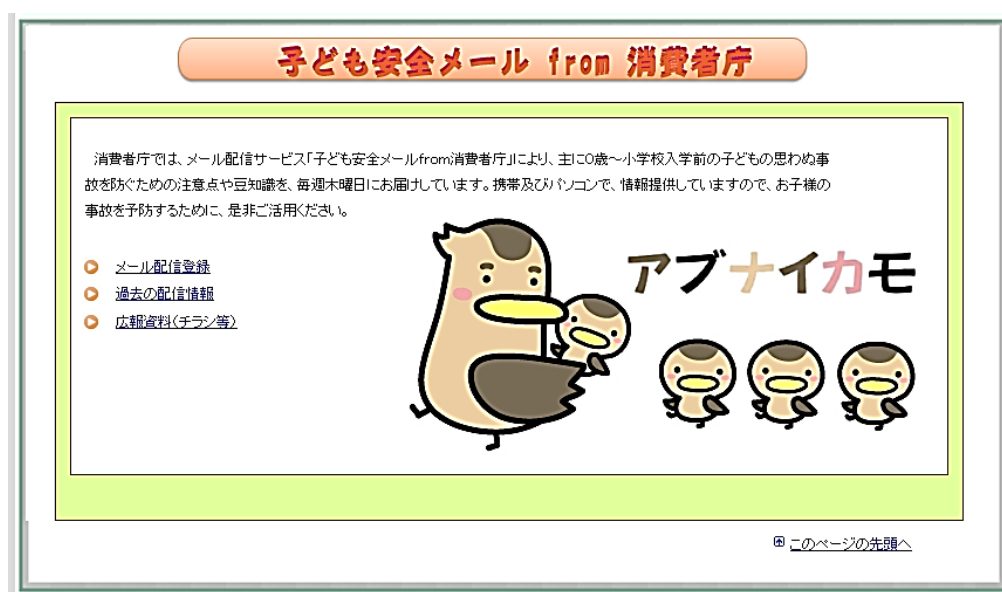
「子どもの事故防止実践マニュアル」，「子どもの事故の応急手当マニュアル」を新生児が生まれたすべての家庭に送付しています。

子どもの事故防止をはじめとして，子どもの健やかな成長を支援する施設「京（みやこ）あんしんこども館」の見学者にも配布しています。

○子どもの事故防止情報等の発信

子どもの事故を防止するため，製品の安全などに関する最新の情報を，本市のホームページなど，さまざまな媒体を利用して積極的に発信していきます。

また，消費者庁に集約される全国の情報も積極的に発信していきます。



消費者庁「子どもを事故から守る！」ための様々な取組を行う「プロジェクト」ホームページ（子ども安全メール）

(2) 小学生期

ア ポイント

- ① 自分で身近な物の選び方や買い方を考え、適切に購入することを身につける時期です。
- ② 自分の生活と環境との関わりに気づき、生活の仕方などを工夫することが望まれます。
- ③ 小学校では、5・6年生の家庭科の授業で消費生活について学習します。
- ④ 学校以外の生活では、保護者等との関わりが深く、その消費行動の影響を受けます。
- ⑤ スマートフォンなどを使い始めることもあり、オンラインゲームで高額請求を受ける事例が発生するなど、消費者トラブルの低年齢化が進んでいます。

イ 取組方針

- ① 学校での学びに役立つツールを作成します。
- ② 学校以外で子どもと保護者が一緒に消費生活について楽しく学べる場を提供します。
- ③ 保護者への消費生活情報の提供やトラブル防止の働きかけを行います。

小学生期は、物やお金の大切さに気づき、計画的な使い方を考えたり、社会や環境に対する関心や興味から、消費者としての素地が作られる時期です。

小学校では、この時期に必要な基礎的な知識・技能を身につけるための消費者教育が学習指導要領に基づいて行われています。

また、本市では、学校以外の場でも環境、すまいなどについて体験的に学ぶことができる取組を行っています。

一方で、この時期は、自分でパソコンやスマートフォンなどの情報機器を使用し始めることもあり、オンラインゲームで遊ぶ際に保護者等のクレジットカードを使って無断でアイテムを購入し、高額な請求を受けるなど、消費者トラブルの低年齢化が進んでいます。

このようなトラブルを未然に防ぐために、子どもが新しい情報機器を使い始める前に、まずは保護者が正しい知識と危険性等を認識したうえで子どもに教えるとともに、子どもの使用状況をしっかり把握しておくことが大切です。



無料のオンラインゲームでも有料の部分があることを説明し、ゲームをする際の約束事を話し合っておく。



クレジットカードはお金と同じだとしっかり教える。
保護者がしっかりクレジットカードを管理する。

ウ 取組例

○小学生向け消費者教育教材等の作成

家庭科の授業等で買物を通じて消費生活について分かりやすく学ぶことができる冊子を作成し、新小学5年生を対象に配布します。

○消費者標語の作品募集事業（くらしの達人事業）

お金や環境、インターネットの使い方など、日々の生活の中で小中学生が実践していることを標語で表すことにより、子どもが自ら考え行動するきっかけとなるよう働きかけるものです。

今後も、その時々に応じたテーマを設定して実施していきます。

作品集（右側の標語が小中学生の市長賞です。）



入選者の表彰式です。
保護者や学校の先生も来られます。

○小学校段階からの生き方探究教育

学校での学びを社会での知恵としていかす体験学習を通して、自らの生き方を探究するとともに、働くことの意味や社会とのつながりを理解し、社会的・職業的自立のために必要な能力を育みます。

- ・スチューデントシティ学習（対象：小学校4～6年生）

京都まなびの街生き方探究館の3階に、銀行、商店、新聞社、区役所等（13ブース）からなる「街」を再現し、その「街」で児童は学校での事前学習を基に、消費者役と企業に勤める会社員役、それぞれの立場での役割を担い、体験学習を通して、社会の働きや経済の仕組み、社会と自分との関わりなどを学びます。

※スチューデントシティは、公益社団法人ジュニア・アチーブメント日本のプログラムです。

○小学生向け消費者教育教材「クーリング☆オフマンと学ぼう！かしこい消費者になるために」の配布

小学生が消費者トラブルについてアニメーションで楽しく学べるDVDを作成し、市内全小学校に配布しています。引き続き、授業等で使用してもらえるよう働きかけていきます。



消費生活総合センターで貸出しも行っています。

○施設見学を伴う体験型の消費者講座

消費者団体や事業者とも連携し、施設見学等を行う体験型の消費者講座を実施しています。

子どもと保護者が一緒に現場で体験しながら学べる機会をこれからも提供していきます。



○環境副読本の配布

ごみ問題や地球温暖化などの環境問題を学び、自分たちができることを考える環境副読本「みんなで考えよう！わたしたちの環境」を小学4年生に、また、地球環境問題を京都の自然、環境やわたしたちのくらしから考える環境副読本「みんなで見つめ、変えていこう わたしたちの環境」を、小学5年生に配布しています。

○こどもエコライフチャレンジ推進事業（再掲）

子どもたちが地球温暖化問題について自ら考え体験するとともに、家族と共に「子ども版環境家計簿」に取り組むことにより、子どもの視点からライフスタイルを見直し、地球温暖化防止につながるエコライフの取組の定着を図る事業として実施しています（対象：小学4年生（一部の小学校では5年生又は6年生））。

○子ども向けすまいスクール

主に幼児から小学生を対象とし、段ボールを使った造形遊びや住宅の大型模型の組み立てなど、住まいに関するさまざまな事柄について体を動かしながら学習できる講座を行っています。

○児童、生徒や保護者を対象とする携帯電話・スマートフォンの安心・安全な利用に関する講座等

「携帯電話市民インストラクター」が、幼稚園・小学校・中学校・総合支援学校での家庭教育講座やPTA等が主催する研修会において、子どもを取り巻く「携帯電話・インターネット」問題の現状と課題、フィルタリング（有害サイト等の閲覧制限機能）の必要性やペアレンタル・コントロール（保護者による機能制限）の重要性、「スマートフォン」に関する危険性についての説明・啓発を行っています。

また、携帯電話会社から講師を招き、携帯電話の危険性、依存性、ルールやマナーについて学習する「ケータイ教室」を小学校・中学校・高等学校・総合支援学校で実施しています。

(3) 中学生期・高校生期

ア ポイント

- ① 学校では、社会科や家庭科の授業で消費生活について学習します。
- ② 地域などさまざまな場に学びの機会が広がる時期です。
- ③ 自らの判断で商品やサービスを購入するようになります。
- ④ インターネットやスマートフォン等によりSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を積極的に利用し始めることもあります。

イ 取組方針

- ① 学校における消費者教育の一層の充実や積極的な情報提供に努めます。
- ② 地域をはじめとする学校以外の場における学びの機会の提供に努めます。
- ③ 消費者トラブルを回避するためだけでなく、自らも加害者にならないための知識を提供することで、さまざまな側面から消費者トラブルの防止に努めます。
- ④ インターネットやスマートフォン等の使い方について、消費者トラブルに遭わないよう正しい知識と危険性等の情報を提供します。

中学生期・高校生期においても、この時期に必要な基礎的な知識・技能を身につけるための消費者教育が学習指導要領に基づいて行われています。

家庭や学校だけでなく、地域などさまざまな場での学びの機会が多くなり、行動の範囲も広がるため、消費者としての権利や社会的責任を自覚、理解し、主体的な判断力や、トラブルに遭わないためだけでなく、自らも加害者にならないための知識を身につける時期です。

保護者と行動することが多かった小学生期までと比べ、友人などと行動することが多くなり、商品やサービスを購入する際にも自主的に判断する機会が多くなります。

また、インターネットやスマートフォン等によりSNSを積極的に利用し始めるようになり、トラブルに遭う可能性が高くなってくるため、子どもや保護者に

使い方や情報モラル，セキュリティなどに関する正しい知識と危険性等の情報を提供する必要があります。

ウ 取組例

(中学生)

○中学生向け消費者教育冊子の作成

消費者トラブルの内容を中心にした消費者教育冊子「あなたはだいじょうぶ!？」を，消費者市民社会を実現するための消費生活について分かりやすく学べる内容の冊子へと刷新して作成し，新入生に配布します。



イラストを多用して，生徒も先生も分かりやすく学べる内容に刷新します。

○中学校段階からの生き方探究教育

学校での学びを社会での知恵としていかす体験学習を通して，自らの生き方を探求するとともに，働くことの意味や社会とのつながりを理解し，社会的・職業的自立のために必要な能力を育みます。

- ・ファイナンスパーク学習（対象：中学１・２年生，総合支援学校）

京都まなびの街生き方探究館の２階に再現した「街」で，学校での事前学習を基に，住宅費をはじめ光熱費や食費など生活に必要な費用の試算，さまざまな商品やサービスの購入・契約などを体験し，社会に溢れる情報を適切に活用する力や自らの生き方につながる生活設計能力等を育成します。

※ファイナンスパークは，公益社団法人ジュニア・アチーブメント日本のプログラムです。

○消費者標語の作品募集事業（くらしの達人事業）（再掲）

お金や環境，インターネットの使い方など，日々の生活の中で小中学生が実践していることを標語で表すことにより，子どもが自ら考え行動するきっかけとなるよう働きかけるものです。

今後も，その時々に応じたテーマを設定して実施していきます。

(高校生)

○消費生活専門相談員による出前講座

消費生活総合センターでは、消費生活専門相談員が、消費生活に関する契約上のトラブルや悪質商法の手口と対処法などについて、実際の相談事例に基づき、分かりやすく情報提供する出前講座を実施しています。

社会との関わりが大きくなる高校生に対しては、悪質商法等による被害や契約に関するトラブルを未然に防止するために必要な知識や情報を分かりやすく提供していきます。

○消費生活に関する図書・視聴覚教材の貸出し

消費生活に関するさまざまな図書や視聴覚教材を無料で貸し出しています。

消費者問題をはじめ、お金、環境、食などについて学べる図書や、若者に多い消費者トラブルに関するDVDなどの視聴覚教材を揃えています。

今後も、消費生活に役立つ図書や視聴覚教材を充実させていきます。

(4) 成人期（大学生・専門学校生）

ア ポイント

- ① 進学等により新生活を始める人も多く、生活全体について自立が進みます。
- ② 社会との接点が増える一方で、社会経験が少ないため、悪質商法等の消費者トラブルに遭う可能性が高くなります。

イ 取組方針

- ① 契約者としての責任が自覚できるよう、新入生向けのガイダンス等での出前講座による注意喚起を推進します。
- ② 大学等を通して最新の悪質商法事例等の情報提供を積極的に行います。
- ③ 大学生向けの消費者講座の内容を充実します。
- ④ 契約トラブル等に関する事例を、若者に届きやすい方法で積極的に情報発信します。

成人期（大学生・専門学校生）では、消費生活のスタイルや価値観を確立するための知識を身につけ、主体的に行動することが望まれます。

この時期は、進学を機に一人暮らしを始めたり、アルバイト等で収入を得るなど、高校生期に比べ、更に生活の自立が進む時期です。社会との接点が増える一方で、社会経験が少ないため、消費者トラブルに遭いやすい時期でもあります。

特に、20歳を過ぎると、法律で保護されている「未成年者契約」のように契約を取り消すことが難しくなるため、「大人の契約者」としての自覚が必要になります。

また、消費者トラブルに遭わないようにするための知識だけでなく、加害者にならないようにするための知識を身につけることも、中学生期・高校生期に引き続き重要です。

特に、マルチ商法の勧誘などによるトラブルが身近に起こるような状況にあることから、大学等とも連携して消費者トラブルの防止に取り組んでいく必要があります。

ウ 取組例

○消費生活専門相談員による出前講座

消費生活総合センターでは、消費生活専門相談員が、消費生活に関する契約上のトラブルや悪質商法の手口と対処法などについて、実際の相談事例に基づき、分かりやすく情報提供する出前講座を実施しています。

今後も、大学生が遭いやすい消費者トラブルについて情報提供や注意喚起を行うため、各大学に対して、出前講座の利用を引き続き働きかけていきます。

○大学における消費者講座

本市の費用負担により大学コンソーシアム京都で開設されており、単位互換制度を利用して多くの大学の学生等が消費者問題について学べる講座です。

今後もより多くの学生が興味をもって学べるよう、講座が分かりやすく実践的な内容になるように取り組みます。

○「京（みやこ）・くらしの安心安全情報」の配信

消費生活に関するさまざまな情報を掲載した「京（みやこ）・くらしの安心安全情報」の概要版を、大学に電子メールやFAXで配信しています。

今後も、大学生に多いトラブル情報など、必要なときに必要な情報を提供していきます。

(5) 成人期（一般）

ア ポイント

- ① 社会人、保護者、見守りの担い手など、さまざまな立場の責任が生じる時期です。
- ② 自ら必要な情報を選択し、収集することが求められます。
- ③ 働いている人や子育て中の人などは、行政機関等が行う啓発事業などに参加して情報を入手することが難しくなります。

イ 取組方針

- ① 本人だけでなく、保護者や見守りの担い手としても必要な情報を提供します。
- ② 消費生活上のさまざまなトラブルに対処できるよう幅広い知識を提供します。
- ③ いつでも誰でも必要な情報が簡単に入手できるよう、ライフスタイル（生活様式）に配慮したさまざまな手段により情報を提供します。

この時期は、精神的、経済的に自立し、発言力、発信力が増して社会に与える影響が大きくなることから、さまざまな人々と協働して、消費者市民社会の実現に向け、積極的に行動していくことが望まれます。

また、社会人、保護者、見守りの担い手など、さまざまな立場で責任が生じる時期であり、消費生活に関して、必要な情報を、必要なときに、自ら幅広く収集できるようにするための支援をしていくことが重要になります。

しかし、働いている人や子育て中の人などは、マスコミやインターネットなどから情報を入手することはできても、行政機関等による啓発事業等に参加して情報を入手することは、時間の制約もあり難しいのが現状です。

そのため、ライフスタイルに配慮したさまざまな手段により情報を提供していくことも必要です。

ウ 取組例

○消費生活総合センターにおける広報・講座等

各種広報印刷物の発行や講座の開催，ホームページなどを通して，市民が必要なときに必要な情報を得られるよう，消費生活に関する様々な情報や緊急情報などを提供しています。引き続き，迅速で正確な情報提供に努めるとともに，より分かりやすく親しみやすい広報や参加しやすい講座の企画等を工夫していきます。

・生活情報誌「マイシティライフ」の発行

消費生活に関するさまざまな情報を掲載した生活情報誌を年2回発行し，市役所案内所や各区役所・支所，市立図書館などで配布するほか，自治会等に回覧を依頼しています。

・「京（みやこ）・くらしの安心安全情報」の発行

消費生活総合センターに寄せられた消費生活相談に関する情報等を掲載した情報誌を偶数月に発行し，市役所案内所や各区役所・支所，市立図書館などで配布するほか，大学等へ電子メールで配信しています。

・ホームページによる情報発信

京都市公式ホームページ「京都市情報館」の消費生活総合センターのサイトにおいて，啓発事業の案内をはじめ，消費生活に関するさまざまな情報を発信しています。

今後とも，より分かりやすく親しみやすい内容で情報発信できるよう工夫していきます。

・消費生活相談・情報メール便（メールマガジン）の配信

事前に登録している市民に，商品等に関する危害情報や契約上のトラブル事例などの緊急情報をメールで配信しています。

○消費生活に関する図書・視聴覚教材の貸出し

消費生活に関するさまざまな図書や視聴覚教材を無料で貸し出しています。

消費者問題をはじめ，お金や環境，食などについて学べる図書や，悪質商法のトラブル防止に関するDVDなどの視聴覚教材を揃えています。

今後も，消費生活に役立つ図書や視聴覚教材を充実させていきます。

(6) 成人期（高齢者）

ア ポイント

- ① 高齢者自身が見守りの担い手として活躍する一方で、行動力や情報収集力の低下に伴い、社会の変化に対応していくために周囲の人々の援助が必要になる場合も多くなります。
- ② 生活環境の変化などにより消費者トラブルに遭いやすくなります。
- ③ 情報化社会の進展に伴い、インターネットやスマートフォン等を利用する高齢者が増えています。

イ 取組方針

- ① 高齢者自身が見守りの担い手として、消費生活情報の発信や啓発の取組に関わってもらえるよう工夫するなど、地域での見守りを支援します。
- ② 関係者とも連携し、高齢者に対して、悪質商法の手口や対処法などの消費生活情報をより効果的な方法で提供していきます。
- ③ 高齢者自身が関心を持って受け入れてもらい、また、見守りを行う人が伝えやすいかたちで消費生活情報を提供できるよう努めます。
- ④ インターネットやスマートフォン等の使い方について、消費者トラブルに遭わないよう正しい知識と危険性等の情報を提供します。

成人期（高齢者）では、豊富な経験や知識を、消費者市民社会を実現するためにいかしていくことが望まれますが、行動力や情報を収集する力などが低下した場合、周囲の人々の援助が必要となります。

高齢者は、「お金」、「健康」、「孤独」という高齢者の不安を悪質業者に狙われることが多いため、地域ネットワークを活用した見守り活動を行うことが重要です。また、高齢者自身も見守りの担い手として情報発信や啓発に取り組めるよう、高齢者の社会参加を支援する視点も必要です。

また、消費者被害防止の観点から、高齢者が悪質商法の手口や対処法などの情報を入手する機会を増やすことは重要ですが、関心を持ってもらえるよう工夫す

ることや、周囲の人々にも伝えやすいかたちで情報提供を行うことなど、啓発の在り方について引き続き考えていく必要があります。

さらに、パソコンやスマートフォン等の急速な普及に伴い、インターネットトラブルに巻き込まれる高齢者も増えているため、インターネットの使い方について、正しい知識や危険性等についての情報提供を行うことも必要です。

ウ 取組例

○消費生活専門相談員による出前講座

消費生活総合センターでは、消費生活専門相談員が、消費生活に関する契約上のトラブルや悪質商法の手口と対処法などについて、実際の相談事例に基づき、分かりやすく情報提供する出前講座を実施しています。

引き続き、高齢者や高齢者の見守りを行う地域団体等に積極的にPRし、出前講座を利用してもらうことにより、高齢者の消費者被害の未然防止を図ります。

○高齢者向けの消費生活イベントの充実

消費者問題への理解を深め、消費者被害の未然防止を図るため、高齢者や高齢者の見守りを行う人々に、消費生活に関する話題を分かりやすく伝えるため、落語を採り入れた消費生活イベントを実施しています。

今後も、高齢者にも親しみやすく、楽しみながら学べるような消費生活イベントを、引き続き実施していきます。



落語を楽しんだ後にミニ講座を行い、悪質商法の対処法について、参加者の記憶に残るように配慮しています。

落語で考えよう！消費者問題（平成26年度）

- ・ 本日のような楽しみながら学べる企画であれば、参加したいと思う。
 - ・ 気安く参加できて勉強できるので、このような企画をまた期待している。
 - ・ 難しい講演会でなく今回のような楽しく聞けて考えさせられる内容を希望する。
 - ・ 自分は絶対に騙されないと思っていたが、それが一番キケンだということがわかった。
 - ・ 新聞からの情報がほとんどなので、このような形（座談会）で意見交換してもらえると、目、耳から入ってくるので良いと思う。
 - ・ 難しくなりやすい消費者問題について、構えすぎず、しっかり考える機会となって良かった。
 - ・ 今までテレビや新聞などで、見聞きしたことが、今日参加したことで身近に感じられ、大いに関心をもった。
 - ・ こういう催しをもっと広めてほしい。 など
- 今後の取組の参考となる意見を多くいただきました。

○消費者力パワーアップセミナーの実施

消費者トラブルに遭わないために自ら調べ、学び、気づくとともに、身につけたことをいかし、更に周りにも伝えていく「自立した消費者」を目指して消費者力を高めるため、消費生活に関する最新の情報や暮らしに役立つ情報を専門家が提供する講座を実施しています。

今後も消費者問題への関心と理解を深めてもらうため、さまざまなテーマを設定して実施します。

○ラジオ等の媒体による注意喚起

F Mラジオの放送番組内で、引き続き消費者トラブルの注意喚起をはじめとしたタイムリーな消費生活情報を提供していきます。

○悪質商法等防止のための啓発物品の作成・配布

悪質商法等による消費者被害の未然防止や相談窓口である消費生活総合センターの周知を図るため、身近なところで活用できる啓発物品を作成し、出前講座やイベント等において配布します。

2 消費者教育の担い手と連携して行う実践的な消費者教育

消費者が、どこにいても消費生活について学べる機会を確保するためには、身近な場にいる消費者教育の担い手の存在が不可欠です。

そのため、既に家庭や学校、地域などのさまざまな場で消費者教育の担い手として活動している人々に対しては、より一層自覚をもって消費者教育に関わってもらえるよう働きかけていきます。

また、関係行政部局、大学、消費者団体、事業者・事業者団体などの多様な担い手との連携を図り、実践的かつ効果的に消費生活について学べる機会を提供していきます。

(1) 保護者

ア ポイント

- ① 子どもが消費者力を身につけるためには、幼いころから保護者が家庭で消費生活について手本となる行動を取ることが大切です。
- ② おこづかいを与えたり、買物を手伝わせることを通してお金の管理を教えたり、環境や食などに関する知識をしっかりと教えていくことが大切です。
- ③ 子どもを不慮の事故から守るためには、保護者が身近な物の正しい使い方を知っておく必要があり、製品等の安全に関する最新の情報を収集しておくことも大切です。
- ④ 子どもを消費者トラブルから守るためには、スマートフォンなどの新しい情報機器の使い方と危険性等の情報について、保護者もしっかり学ぶ必要があります。

イ 取組方針

- ① お金の管理や環境・食などに関して、保護者が子どもに教育するためのさまざまな支援を引き続き行います。
- ② 身の周りの製品の安全に関する知識を学べるよう事故事例やリコール情報などを積極的に発信します。
- ③ インターネットやスマートフォン等の使い方について、消費者トラブルに遭わないよう正しい知識と危険性等の情報を提供します。
- ④ 保護者が子どもに対して、消費生活について教えるための知識が得られるよう、PTA活動の中で学習機会を提供できるよう働きかけを行います。

ウ 取組例

○消費生活学習すごろくのインターネット配信

消費生活について家族4人で一緒にゲームをしながら楽しく学ぶことができます。



アクセスは
消費生活総合センターの
ホームページから

○施設見学を伴う体験型の消費者講座（再掲）

消費者団体や事業者とも連携し、施設見学等を行う体験型の消費者講座を実施しています。

子どもと保護者が一緒に現場で体験しながら学べる機会をこれからも提供していきます。



○区民ふれあいまつり等への消費者啓発ブースの出展

多くの市民が参加する地域のイベントにおいて、幼児から高齢者までが一緒に楽しく学べる機会を提供します。



○PTA活動における最新の消費生活情報の提供

消費生活総合センターでは、消費生活専門相談員が、消費生活に関する契約上のトラブルや悪質商法の手口と対処法などについて、実際の相談事例に基づき、分かりやすく情報提供する出前講座を実施しています。

PTA活動の場などにおいて、保護者に知ってほしい最新の消費生活情報を分かりやすく提供できるよう働きかけていきます。

○児童、生徒や保護者を対象とする携帯電話・スマートフォンの安心・安全な利用に関する講座等（再掲）

「携帯電話市民インストラクター」が、幼稚園・小学校・中学校・総合支援学校での家庭教育講座やPTA等が主催する研修会において、子どもを取り巻く「携帯電話・インターネット」問題の現状と課題、フィルタリング（有害サイト等の閲覧制限機能）の必要性やペアレンタル・コントロール（保護者による機能制限）の重要性、「スマートフォン」に関する危険性についての説明・啓発を行っています。

また、携帯電話会社から講師を招き、携帯電話の危険性、依存性、ルールやマナーについて学習する「ケータイ教室」を小学校・中学校・高等学校・総合支援学校で実施しています。

(2) 教職員

ア ポイント

- ① 学習指導要領で実施する小学生から高校生までの消費者教育では、次世代を担う子どもたちが消費者力を身につけるために、教員が授業等で分かりやすく伝えていくために必要な支援が求められます。
- ② 大学生になると消費者トラブルに遭う可能性がより高くなることから、トラブル防止のための実践的な教育を行う必要があります。また、効果的な教育を行うために、行政機関や消費者団体をはじめとした他の消費者教育の担い手が教職員をバックアップすることも有効です。

イ 取組方針

- ① 小・中学校、高等学校の教員には、学習指導要領で実施する体系的な消費者教育の授業に役立つよう、
 - 消費者問題に関する幅広い情報の提供
 - 消費者教育用視聴覚教材の紹介・利用の促進
 - 消費者教育のための研修の充実を行います。
- ② 大学の教職員には、学生の消費者トラブル防止のための情報を提供するとともに、講座の実施などを働きかけていきます。

ウ 取組例

○教員の資質・指導力向上に向けた研修の実施

各教科や食育、I C T機器の活用等に関する教職員研修を実施するとともに、「総合教材ポータルサイト」（授業映像、研修映像、学習指導案の配信等）などのツールを活用して、情報発信しています。

○消費生活に関する図書・視聴覚教材の貸出し

消費生活に関するさまざまな図書や視聴覚教材を無料で貸し出しています。

消費者問題をはじめ、お金や環境、食などについて学べる図書や、若者に多い消費

者トラブルに関するDVDなど、教職員が授業等でも活用できるような視聴覚教材を揃えています。

今後も、消費生活に役立つ図書や視聴覚教材を充実させていきます。



図書コーナー



視聴覚教材・パンフレットコーナー

○小学生向け消費者教育教材「クーリング☆オフマンと学ぼう！かしこい消費者になるために」の配布（再掲）

小学生が消費者トラブルについてアニメーションで楽しく学べるDVDを作成し、市内全小学校に配布しています。引き続き、授業等で使用してもらえるよう働きかけていきます。

○消費生活専門相談員による出前講座の実施

消費生活総合センターでは、消費生活専門相談員が、消費生活に関する契約上のトラブルや悪質商法の手口と対処法などについて、実際の相談事例に基づき、分かりやすく情報提供する出前講座を実施しています。

特に、大学生が消費者トラブルに遭わないよう、入学時の早い段階で注意喚起していくことが重要であることから、出前講座の利用について、大学の教職員にも積極的に働きかけていきます。



大学での出前講座

(3) 高齢者・若い子ども・障害のある人等の見守りを行う人々

ア ポイント

- ① 消費者被害に遭いやすい高齢者や若い子ども、障害のある人などの見守り活動には、家庭や地域コミュニティでのきずなやつながりをいかした取組が大切です。
- ② 見守りを行う人々は、消費者被害を未然に防止するための消費生活に関する知識や情報などを日頃から身につけておくことが大切です。

イ 取組方針

- ① 消費生活総合センターを消費者教育推進の拠点として位置付け、消費者トラブルについて学べる場として積極的に周知します。
- ② 消費者団体や関係部局等とともにさまざまな消費生活講座を実施し、見守りを行う人々に必要な知識を積極的に提供します。
- ③ 地域コミュニティのニーズに合わせた学習機会を提供できる出前講座を積極的に実施します。

ウ 取組例

○消費者力パワーアップセミナーの実施（再掲）

消費者トラブルに遭わないために自ら調べ、学び、気づくとともに、身につけたことをいかし、更に周りにも伝えていく「自立した消費者」を目指して消費者力を高めるため、消費生活に関する最新の情報や暮らしに役立つ情報を専門家が提供する講座を実施しています。

今後も消費者問題への関心と理解を深めてもらうため、さまざまなテーマを設定して実施していきます。



消費生活総合センター研修室で行っています。

○消費生活専門相談員による出前講座の実施

消費生活総合センターでは、消費生活専門相談員が、消費生活に関する契約上のトラブルや悪質商法の手口と対処法などについて、実際の相談事例に基づき、分かりやすく情報提供する出前講座を実施しています。

今後も、「京（みやこ）・くらしのサポーター」(※)が悪質商法に関する寸劇を行い、消費生活専門相談員がその対処法について説明するなど、受講者が興味を持って受講できるような工夫を行っていきます。

※消費生活に関する啓発活動を推進する市民ボランティア



京（みやこ）・くらしのサポーターによる
悪質商法の寸劇

(4) 消費者団体

ア ポイント

- ① 消費者団体が行う消費生活情報の発信や講座の開催などの活動を支援することは、市民が消費生活について学ぶ機会を広げていくうえで重要です。
- ② 市民が消費生活について効果的に学ぶ機会を確保するためには、消費者団体と行政機関との間での緊密な連携が不可欠です。

イ 取組方針

- ① 消費生活講座等を連携して実施するなど、消費者団体の活動を支援します。
- ② 消費者団体に対して活動の場を提供します。
- ③ 消費者団体と定期的に消費者教育等に関する情報交換を行います。

ウ 取組例

○本市との連携事業等の推進

消費者力パワーアップセミナー、コンシューマーフェスティバルをはじめとした講座やイベントにおいて、連携して事業を行っています。

引き続き、消費者の視点に立って、消費者力向上のための自主的活動を推進している消費者団体に、講座等の企画・運営や講師派遣、イベント等への積極的な参加を依頼することにより、その活動を支援しつつ、互いに連携してアイデアを出し合いながら効果的な取組を実施していきます。



消費者力パワーアップセミナー



コンシューマーフェスティバルでの寸劇

○消費者団体懇談会

各団体との連携を強化することを目的に、各団体の取組の紹介や実施事業の報告などの意見交換を定期的に行っています。

○大学における消費者講座への講師派遣依頼

本市の費用負担により大学コンソーシアム京都で開設されており、単位互換制度を利用して多くの大学の学生等が消費者問題について学べる講座です。消費者団体には、消費者問題の専門家として講師派遣を依頼しています。

講師派遣に際しては、より多くの学生が興味をもって学べるよう、消費者団体と連携を図りながら、分かりやすく実践的な講義内容となるよう工夫していきます。

(5) 事業者・事業者団体

ア ポイント

- ① 事業者・事業者団体には、事業者の社会的責任の観点から、消費者教育や啓発事業を行っている団体が多くあります。それらの活動内容や取組を紹介することで、消費者と事業者との相互理解が深められます。
- ② 事業者やその従業員が、消費者の視点を持って事業を行うことは、消費者を尊重することになり、国際文化観光都市・京都においては観光で訪れる人々へのおもてなしの心にもつながります。

イ 取組方針

- ① 事業者・事業者団体と定期的に情報交換を行うとともに、消費者教育に関する各種イベント・講座等で、積極的な連携を図ります。
- ② 消費者の視点を持った事業展開を支援するため、事業者に対して、事業に伴う社会的責任に関する啓発講座を実施します。

ウ 取組例

○本市消費生活講座への講師派遣

事業者の専門的な知見が求められる内容の消費生活講座については、専門家の視点から分かりやすく説明してもらうために講師の派遣を依頼するなど、引き続き連携を図ります。



消費者力パワーアップセミナー

○コンシューマーフェスティバル

消費生活について市民に学んでもらう参加型イベントにおいて、各団体の特徴をいかしたステージでの発表や消費生活について楽しく学べるブースの出展を依頼するなど、引き続き連携を図ります。



幼児から高齢者までが一緒に楽しみながら学べるイベントを、さまざまな団体と連携して開催します。

○事業者向け出前講座

事業者が消費者の視点を持った社会的責任のある事業活動を行い、消費者とのトラブルを未然に防止するため、法律専門家を講師として、消費者に対する勧誘や消費者との契約などを適正に行うための啓発講座を引き続き実施していきます。



事業者向け出前講座

京都ならではの看板（屋外広告物）

京都市では、「歴史都市・京都」の景観を未来に継承していくため、平成19年9月から「新景観政策」を実施しています。

その中で、看板などの屋外広告物については、歴史都市・京都の景観をかたちづくる重要な要素として位置付け、美しい品格のある都市景観を形成するものとなるよう、屋上看板の全面禁止をはじめ、地域の特性に応じた「大きさ」、「色」、「表示できる高さ」などの基準を定め、景観規制を行っています。

現在では、それぞれの事業者が創意工夫を重ね、町並みに調和した看板を表示するなどの企業努力により、京都ならではの美しく品格のある都市景観が創出されています。

事業者はこのような景観保全の取組を通じて、社会的責任を果たすことで、消費者を尊重しているといえます。

消費者にとって広告は、物やサービスを選択し、購入する際の重要な判断材料です。派手で大きな看板（外見）ではなく、中身をしっかりと吟味し、本当に必要なもの、良いものを選択できる消費者を目指しましょう。

<規制前>



<規制後>



(6) 行政

ア ポイント

- ① 消費者教育は、消費者が消費生活に関する幅広い知識を学んで実践することが大切です
- ② そのためには、消費者、教職員、見守りを行う人々、消費者団体、事業者・事業者団体、警察、弁護士をはじめとした専門家、各関係部局などのさまざまな担い手と連携する必要がある、これらの担い手をつなぐ役割が重要です。

イ 取組方針

- ① 消費生活総合センターがコーディネーターとなって関係者間で連携・協働して取組を推進するよう努めます。
- ② 消費生活総合センターが消費者教育の活動拠点となり、さまざまな担い手と連携して講座やイベント等を実施するなど、消費者教育推進の中核としての役割を果たしていきます。

ウ 取組例

○消費者教育に従事する職員の資質向上のための研修

消費生活総合センターにおいて、消費者教育に従事する職員を専門的な研修に派遣して資質の向上を図ることにより、出前講座やイベント等において充実した消費者教育が行えるよう努めます。

○消費生活に関する貸出し用図書・視聴覚教材の充実

消費生活に関するさまざまな図書や視聴覚教材を無料で貸し出しています。

消費者問題をはじめ、お金や環境、食などについて学べる図書や、悪質商法に関するトラブルに関するDVDなどの視聴覚教材を揃えています。

今後も、消費生活に役立つ図書や視聴覚教材を充実させていきます。

○消費生活に関する講座等の開催

消費者団体、事業者・事業者団体、専門家等とも連携し、消費生活に関するイベントや講座を実施しています。

今後も、その時々状況に応じて多様なテーマを設定し、消費者が興味を持って参加できる企画となるよう工夫していきます。また、各担い手の特徴をいかした講師派遣やブース出展などにより、イベントや講座を協働して開催していきます。

- ・消費者力パワーアップセミナー
- ・動く消費者講座
- ・コンシューマーフェスティバル
- ・落語による消費者講座

○消費者教育推進のつどい

今後も消費者、消費者団体、事業者・事業者団体などが実施している活動を発表する場を設け、取組の輪を広げていきます。



第2部 シンポジウム

平成26年9月に京都府と共同開催。

第1部では、学生サークル、消費者団体、事業者・事業者団体、京都市小学校家庭科教育研究会が事例発表を行いました。

3 配慮を必要とする人々への消費者教育

(1) 障害のある人

ア ポイント

- ① 障害のある人やその家族等に対して、消費生活に関する情報提供や啓発を、障害の特性に配慮しながら行う必要があります。
- ② 障害のある人の消費者トラブル防止のためには、その障害の特性に応じてさまざまな配慮が必要です。例えば、
 - 視覚障害や聴覚障害のある人に対しては、点字や音声、手話、筆談など、情報提供するための配慮が必要になります。
 - 知的障害や精神障害のある人は、自分の意思が正確に伝えられないことがあるため、消費者トラブルに遭いやすく、その予防や救済に取り組むことが必要です。

イ 取組方針

関係者とも連携して、障害の特性に配慮した情報提供や障害のある人の消費者トラブルの把握に努めるとともに、見守りを支援します。

ウ 取組例

○消費生活専門相談員による出前講座の実施

消費生活総合センターでは、消費生活専門相談員が、消費生活に関する契約上のトラブルや悪質商法の手口と対処法などについて、実際の相談事例に基づき、分かりやすく情報提供する出前講座を実施しています。

障害の特性にも留意しながら、「京（みやこ）・くらしのサポーター」による寸劇を取り入れるなど、分かりやすく興味を持てるよう工夫して実施していきます。

○ホームページ（京都市情報館）、市民しんぶんを利用した情報の提供

京都市情報館では、視力の低い人や目の疲れやすい人でも快適に閲覧できるよう、マウスポインタを合わせるだけで自動的に音声で読み上げたり、文字を拡大することなどができるホームページ閲覧支援サービスが利用できます。また、市民しんぶん

ついても、音声版・文字拡大版・点字版を発行しています。これらを利用して、視覚などに障害のある人も情報が得やすくなるよう配慮しています。

○ユニバーサルデザインに留意した印刷物の作成

印刷物を作成する際には、文字の大きさや字体、印刷物のデザインなど、見た目にも分かりやすく、見る人に負担をかけないための工夫をしています。また、色の見え方の多様性にも留意し、カラーユニバーサルデザインに配慮した印刷物を作成しています。

消費生活総合センターが作成した年長児向け大型絵本についても、カラーユニバーサルデザインに配慮して同じ色を繰り返し使用するなど、見る人に負担をかけないための工夫をしています。

今後も、ユニバーサルデザインに留意した、分かりやすく、見た目も美しい印刷物を作成していきます。

(2) 外国人

ア ポイント

- ① 京都市は我が国を代表する国際都市であり、また「大学のまち・学生のまち」でもある京都市には、大学や短期大学で学ぶ留学生を含む約4万人の外国籍の人が暮らしています。
- ② 京都市は、国際文化観光都市として、平成25年には年間113万人の外国人宿泊客を迎えています。
- ③ 安心・安全で豊かな消費生活を実現することは、くらしの満足感をもたらすだけでなく、留学生や外国人旅行者等へのおもてなしの心にもつながります。

イ 取組方針

関係者と連携し、

- ① 留学生や外国人旅行者等に、京都でのくらしや滞在に役立つ情報を提供するように努めます。
- ② 留学生等に、消費者トラブル防止のための情報を提供します。
- ③ 外国人旅行者等が京都での滞在を楽しみ、満足感をもって過ごせるよう、「おもてなしの心」につながる安心・安全な環境の整備に努めます。

ウ 取組例

○多言語による各種生活情報等の提供

本市では、ホームページや冊子などにより、京都でのくらしや滞在に役立つ各種の情報を多言語で提供しています。また、119番通報等における多言語通訳体制の整備や外国人観光旅行者等の宿泊施設向け24時間多言語コールセンターを設けるなど、緊急時のサポート体制の整備にも努めています。

○安心・安全の取組

安心・安全の取組を推進することは、市民のくらしを守るだけでなく、観光旅行者等が安心して訪れることのできるまちづくりにつながっていきます。

京都で安心して買物を楽しんでもらえるよう、消費生活の観点からも安心・安全の取組を進めていきます。

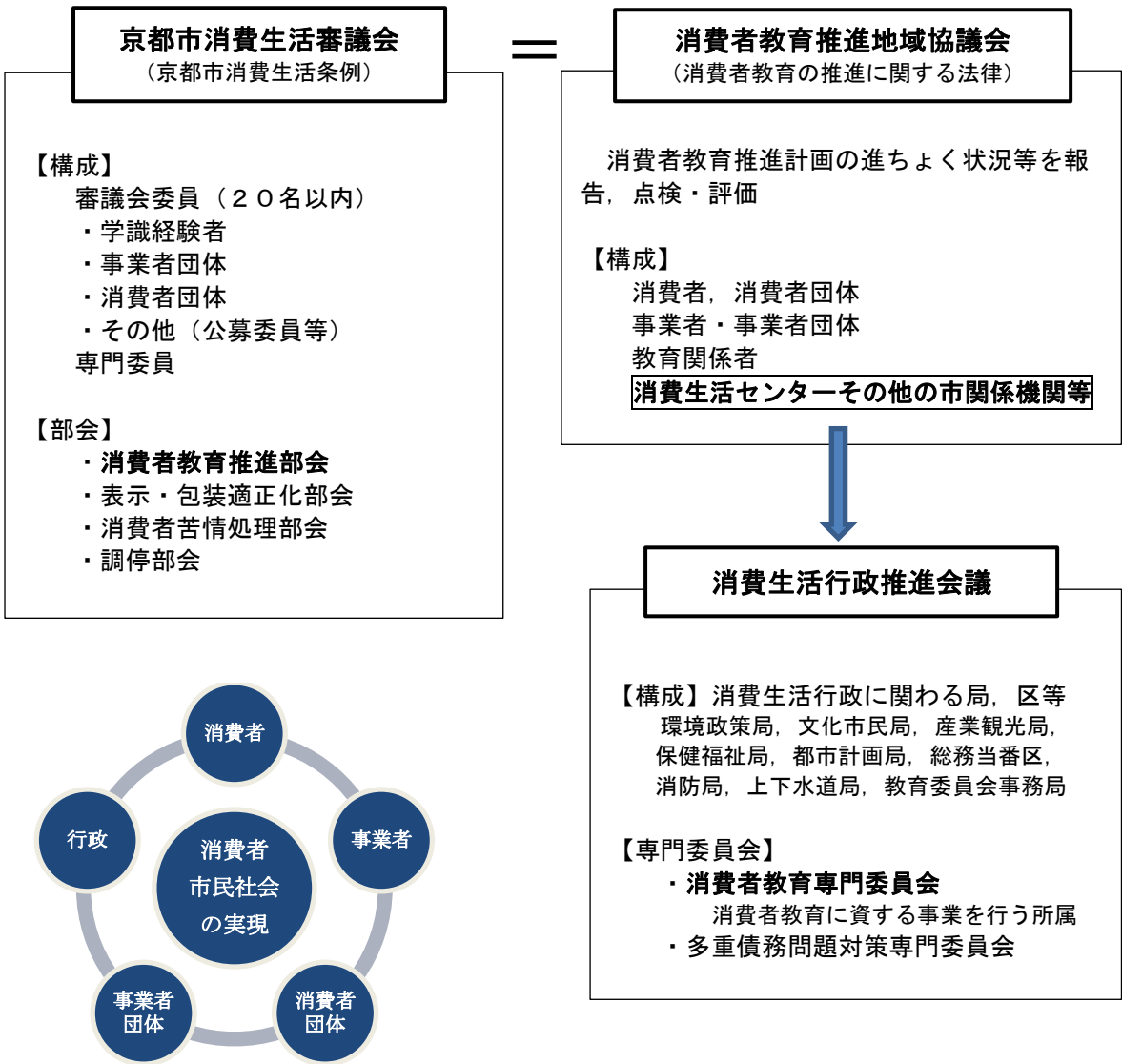
第5章 本市の推進体制等について

京都市消費生活審議会を消費者教育推進法で定める「消費者教育推進地域協議会」として位置付け、消費者教育推進計画の進ちょく状況等を報告し、点検・評価していきます。

また、京都らしさを十分にいかした消費者市民社会の実現に向けて、消費者、消費者団体、事業者・事業者団体などと連携していきます。

さらに、消費生活行政に関わる局、区等で構成する「消費生活行政推進会議」、及びその下に設置した「消費者教育専門委員会」において連携体制を確保し、全庁を挙げて消費者教育を推進していきます。

【推進体制図】





ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン

(京都市消費者教育推進計画)

～未来へつなごう 自然と調和し こころゆたかな京都の暮らし～

発行年月：平成27年3月

発行：京都市文化市民局市民生活部 消費生活総合センター

住所：京都市中京区烏丸御池東南角
アーバネックス御池ビル西館4階

電話：075-256-1110

ファックス：075-256-0801

京都市印刷物 第

号



この印刷物が不要になれば
「雑がみ」として古紙回収等



